

# Konsekvenserna av egna varumärken

**L**antbrukspressen skriver ofta om butikskedjornas egna varumärken, EMV. Det har de gjort länge och då har det varit negativ press för EMV. Under de senaste månaderna har det dock kommit flera notiser om att livsmedelsproducenter gärna tillverkar EMV-produkter och de säger också att detta är bra för bönderna. Hur hänger de till synes motstridande beskeden samman?

## RUBBAD MAKTBALANS

När livsmedelsproducenter ställer sig positiva till EMV-kontrakt är det därför att EMV inte kan undvikas. Maktrelationen mellan producenterna och handelsföretagen har på grund av EMV tippat över helt. Givet handelns maktövertag är det bättre för industriföretagen att vara underleverantör, annars de kanske inte kan producera alls.

Det kan till och med vara bättre för bönderna att förädlingsföretagen producerar EMV-produkter, eftersom de annars inte hade någon att sälja till. Det allra bästa för både industrin och bönderna hade varit om det inte hade funnits EMV, men det loppet är kört. Det går inte att hoppas på att EMV försvinner.

## FÖRÖDANDE FÖLJDER

Under vissa förutsättningar kan livsmedelsproducenterna ha fog för att handelns märken är bättre än industrins egna märkesvaror. När en stor multinationell producent har EMV-kontrakt med en stor multinationell butikskedja, kan producenten förlägga produktionen till ett land med låga produktionskostnader. Men då blir bönderna i högkostnads-länder (till exempel Sverige) lidande.

Ett mycket stort EMV-kontrakt kan också möjliggöra låga produktionskostnader tack vare stordriftsfördelar, särskilt om butikskedjan är stor och internationellt verksam. Den store producenten vinner och de mindre blir förlorare.

Om en mindre producent säger sig vara glad över EMV-kontrakt, finns det anledning att vara skeptisk. EMV-leveranserna kan då stå för en stor del av detta företags samlade volym. Det kan leda till katastrof den dag butikskedjan säger upp avtalet. Då står denne producent med en dåligt utnyttjad produktionsapparat. Företaget kan inte få lönsam avsättning för de volymer som bönderna levererar och alltså åker avräkningspriset i botten.

## UTPRESSNING FRÅN HANDELN

Det bör beaktas att industriföretagets ledning har intresse av att försvara EMV-avtalet inför bönderna. Det hade inte sett bra ut om direktören gick ut med beskedet att de måste pressa avräkningspriset till följd av handelns övermakt. Det är svårt

att erkänna att man är utsatt för utpressning från handeln.

Tidningarna kan återge intervjuer med mjölkbönder som är glada för att de har fått ett bättre avräkningspris, när deras mjölk ska bli EMV-produkter. Visst är detta bra för enskilda mjölkbönder, men för mjölkbönderna i stort är det negativt. Butikskedjorna följer ju en "söndra och härska"-strategi.

Det är å andra sidan inte heller någon hållbar strategi för en industri att säga nej till all EMV-produktion. Eftersom dagligvarukedjorna säljer sina EMV-produkter i hela landet, får detta företag mindre efterfrågan inom sin region och konsumenterna blir mera priskänsliga.

## OTYG I ALLA LED

En tröst för tigerhjärnan är att en butikskedja ibland kan betala ett så pass bra pris för EMV-produkterna att ett industriföretag klarar sig. Det har hänt förr att starka butikskedjor har favoriserat en leverantör för att det ska finnas åtminstone ett visst antal leverantörer, som kedjan kan välja bland. Sannolikheten för en sådan strategi är dock mindre idag, när lönsamhetskraven är så höga.

Det kan inte ifrågasättas att EMV är ett otyg för livsmedelsproducenter i alla led av värdekedjan. EMV-produkterna är en viktig förklaring till kedjornas vinster. Handelns vinster betyder att andra förlorar och det är de tidigare leden i kedjan. Men det är inte konsumenterna, eftersom butikspriserna inte sjunker lika mycket som kedjornas inköpspriser.

## SPELAS UT MOT VARANDRA

Bönderna får sämre avräkningspriser när förädlingsindustrin tvingas att legoproducera. EMV-produkter har i regel så låg förädlingsgrad att de kan tillverkas av många producenter och således kan kedjorna spela ut olika producenter gentemot varandra. Eftersom det gäller generiska produkter, kan den ene producenten bytas ut mot den andre. När produkten ligger i butikskedjans förpackning så är den anonym.

EMV innebär fortsatt koncentration av livsmedelproduktion inom landet och koncentration mot färre livsmedelsindustrier. Det medför lägre avräkningspriser och därmed mindre produktionsvolym i Sverige. Dessvärre ser det inte ut som om det finns några enkla lösningar.

*Jerker Nilsson, Institutionen för ekonomi, SLU Uppsala*

